新媒体环境下传统媒体未来发展趋势的思考

摘　要：互联网的快速发展，给我国媒体行业带来了较大的机遇。基于互联网平台的各种新型媒体随之崛起，给传统电视媒体带来了较大的冲击，文章主要研究了新媒体环境下传统媒体未来的发展趋势。

关键词：新媒体；传统媒体；发展趋势

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）12-032-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.006

本文著录格式：冯亚杰 . 新媒体环境下传统媒体未来发展趋势的思考 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：32-34.

文 / 冯亚杰

新媒体的发展给传统媒体带来了较大的冲击，随着互联网的发展，人们逐渐习惯使用新媒体进行信息的接收，使传统媒体的发展受到了严重的冲击。在新媒体环境下，传统媒体如何实现更好的发展是当前传统媒体亟须解决的问题。本文主要分析了当前新媒体环境下传统电视媒体的发展现状、面临的问题，并阐述了传统电视媒体的优势，研究了新媒体环境下传统媒体的发展建议和发展趋势，希望能够推动传统媒体的进一步发展。

1. 新媒体环境下传统媒体的发展现状

在新媒体环境下，传统媒体的发展现状主要表现在以下方面。首先，传播时效性有待提高。传统媒体主要是纸质媒体、广播媒体和电视媒体。在采集相关信息的过程中，专业人员需要进行现场录制和拍摄，并在后期做好印刷和推广工作，在做好信息处理工作后可以接收到手中信息。通常情况下，报纸发行频率是一天一次，新闻节目播放周期是一到两天一个档期。传统媒体在向受众传播信息的过程中，距离新闻事件在 12h 以上，这就呈现出信息传播时效性不足问题。其次，传播媒体广告营收有所降低，很多传统媒体广告收入在媒体平台运营总体收入中所占比例很高。在新时期的发展中，公众越来越关注新媒体平台，为广告商提供更多多样性的播放形式、个性化的播放设计，这种形式的广告成本相对较低，这样大量广告商选择新媒体平台进行广告投入，视频网站和社交网站等新媒体平台成为广告商竞争的主要站场。相关研究发现，我国报纸行业广告市场规模下降了 60% 以上，杂志行业广告市场份额下降了 14% 以上，导致传统媒体广告市场营收有所降低，对传统媒体发展造成了更大的冲击。最后，传统媒体发行成本相对较高。在现代化社会的发展中，我国传统媒体发行成本有所增加，营业收入不断降低，很多传统媒体平台逐渐进入进退两难的发展境地，在长期入不敷出的影响下，为企业运营管理带来了很大难度。例如，人工成本上升、报纸原材料成本和印刷成本上涨等，为传统媒体发展带来了更多影响。传统纸媒印刷新闻原材料一吨上涨 1000 元，在发行成本不断增加的背景下，很多企业出现了收支失衡问题，阻碍了企业的进一步发展。

2. 新媒体环境下传统电视媒体面临的问题

2.1 受众人群在逐渐减少

随着新媒体的发展，电视媒体的受众人群在逐渐下降，根据数据统计，2018 年第三季度我国有线电视用户规模已从 2016 年一季度的 25216.8 万户下滑到 22709.0 万户。其中，有线数字电视用户规模从 2016 年一季度的 20577.8 万户下滑至 19852.5 万户；有线数字电视付费用户规模从 2016 年一季度的 16803.4 万户下滑至 2018 年三季度的 14735.5 万户。[1] 有线电视用户规模正在不断下滑中。网络的发展，电脑、平板、手机在人们生活中的应用越来越广泛，如今，移动互联网已经逐渐成为人们日常生活中非常重要的组成部分，尤其是对年轻的观众来说，他们对传统电视媒体的关注是非常少的。

2.2 电视媒体的内容资源逐渐减少

传统电视媒体的生产能力是非常强的，但是，受版权保护的影响，大量的电视媒体节目在没有授权的情况下流向网络媒体，这就导致电视媒体的内容得到了广泛的传播，但是也加剧了传统电视媒体的萧条，而且人们通过网络媒体观看节目不受任何限制，因此，人们逐渐开始放弃电视媒体，转向新媒体，从而获得更多的内容资源。

2.3 传统电视媒体的优势在逐渐弱化

在社会的发展中，传统媒体是公共信息发布的唯一平台，而在新媒体出现之后，微信、微博等社会媒体的应用，使得群收接受信息更加方便、快捷，在一定程度上也改变了人们接收信息的方式。不仅如此，各行政机构都建立了政务微博，对于一些国家重点事件、新闻热点，这些微博都将会在第一时间发布，这就严重冲击了传统媒体的优势地位。[2]

2.4 电视媒体的收入在下降

根据国家广播电视总局公布的数据显示，2014 年以来，中国电视广告收入不断下降，2017 年首次低于 1000 亿元，同比下降 3.46%；而从电视广告占广告总收入的比重来看，电视广告收入占比持续下降，占比从 2014 年

87.30% 下降至 58.64%，下降幅度超过 30%，下降速度之快让电视台措手不及。随着新媒体的发展，网络等新媒体广告所占的比重在逐渐上升，广告收入水平的降低，在一定程度上阻碍了传统电视媒体的发展。

3. 传统电视媒体的优势

3.1 信息发布的权威性

如今，人们获取信息的渠道越来越广泛，微信、微博、新闻头条等新媒体的发展，人们可以更加快速、便捷地获取到各种信息，但是对于一些国家重大事件以及重大信息的发布，人们仍然以传统电视媒体的发布为主。例如，重大人事调整、政治性较强的新闻资讯、自然灾害以及影响力较大的社会事件等，尽管人们在网络媒体上有所了解，但是这类信息是否真实，发展程度如何，还是依然看电视主流媒体的权威发布。只有电视主流媒体进行了信息发布，群众才能认可信息的可靠性和权威性。从这一角度来说，和新媒体相比，传统电视媒体的优势依然是非常明显的。

3.2 直播的日常化

传统电视媒体在多年的发展过程中逐渐形成了较为强大的直播能力，可以融图像、声音、文字、评论为一体，而且可以通过网络渠道进行同步播放。尤其是一些重大赛事、重要的时事以及文艺活动。例如，每年央视的春节联欢晚会。尽管当前的网络直播受欢迎程度也比较高，但是和电视直播相比，电视直播在内容的权威性、信号的清晰度、报道的多维度等各个方面都具有较大的优势。[3]

3.3 高端大制作

在重大新闻、重大电视剧等高端大制作的节目方面，传统电视主流媒体仍占有非常高的优势地位。新媒体的制作能力和水平当前还达不到传统电视媒体的水平。对于一些大型的纪录片、重大新闻等还是希望通过传统电视媒体来传播。

4. 新媒体环境下传统媒体发展建议

4.1 积极寻求合作发展融媒体

融媒体指的是将传统媒体和新媒体进行有效融合，实现各种媒体宣传优势互补、内容兼容、宣传互融的新型媒体。在现代化社会发展中，传统媒体不仅是单一的媒体，逐渐成为一种媒体平台，内容商、集成商、电视台、电信运营商、小区接入网、终端企业和互联网企业形成了完整的商业闭环，实现了跨界融合的目标。在媒体科技的快速发展中，各个国家媒体市场物理边界消融速度越来越快，但我国传统媒体产业比较依赖传统的市场路径，缺少足够的转型动力。传统媒体需要调动各种积极因素，借助新媒体中新型传播媒体，实现传统媒体信息传播的预期目标，实现新媒体和传统媒体的有效融合，促进传统媒体深度融合，各项资源的融合，充分发挥榜样力量，塑造传统媒体行业的形象，树立全要素、多领域、高效益的合作生态，提高国际竞争实力，为传统媒体的进一步发展提供保障。

4.2 创新并优化盈利模式

在新时期的快速发展中，传统媒体广告营收有所下降，传统媒体赖以生存的盈利模式逐渐瓦解，这就需要创新并优化盈利模式，应对广告减少对传统媒体造成的冲击，实现传统媒体盈利模式的创新。第一，传统媒体需要由多产业发展代替传统内容生产为主的单点经营。在社会的长期发展中，传统媒体经营发展的重点内容是新闻内容生产，奠定了传统媒体在新闻生产领域权威、专业的影响力的地位，但很少关注和开发受众、品牌等各项资源，使得行业之间的市场竞争日益激烈，很多问题不断凸显出来。为了有效地解决这些问题，传统媒体需要授予企业职能部门更多的经营自主权，使其在完成自身新闻内容生产任务的过程中，开发对外有偿业务，获取更多收益。例如，市场推广部门可以对外承接有偿的广告制作、推广文案设计；技术研发部门对外承接有偿的技术服务，在多种业务的支持下，优化并整合渠道和内容等资源，塑造良好的品牌形象，提高市场竞争实力，形成多产业、覆盖面广、常态化发展的产业价值链。除此之外，传统媒体需要在受众需求的基础上，利用个性化内容和服务输入代替同质化内容和服务，为新媒体环境下传统媒体发展提供保障。

4.3 优化新媒体时代新闻生产流程

在新时期的快速发展中，传统媒体行业需要引进更多先进技术，创新并优化新闻生产流程，以适应现代化社会的发展。目前，传统报刊媒体在报道新闻事件的过程中，常规操作流程如下：接收信息、组织材料、了解背景、实地采访、整理素材、撰写报道、编辑编排、发布新闻。在新媒体时代，传统媒体需要进一步扩大自身的影响力，不能复制老套的采编流程，在生产安全性的基础上，优化新媒体时代新闻生产流程。例如，在采访和处理后期编辑的过程中，需要将后期编辑提前融入采访环节，做好编辑环节前置工作，实现流程压缩和提高效率的目标。除此之外，在记者采访过程中，相关人员需要合理地使用视频和音频等素材，利用现场视频方式及时发布并传回素材，并利用现场直播方式及时地将第一手新闻和信息传播到受众手中，进一步压缩常规流程，并让同一主题的新闻事件沿着不同渠道传播，扩大传统媒体自身的影响力。

5. 新媒体环境下传统媒体的发展趋势

5.1 媒介融合化发展

面对新媒体的发展，很多传统媒体逐渐开始和新媒体进行融合。传统媒体和新媒体都有自身的发展优势，只有实现两者融合，取长补短，才能更好地实现传统媒体的发展，缓解传统媒体在新媒体环境下遭受的冲击。当前，各个电视台、报纸、广播等都积极开通微信、微博等社会平台，并在官网上开通评论，利用新媒体传播方式进一步拓宽传统媒体的传播渠道，实现传统媒体转型。例如，《齐鲁晚报》利用新媒体平台，实现传统媒体与新媒体的融合，开办了"云报纸"服务，为受众人群提供了更好的平台。中央电视台作为我国主要的电视台，也在逐渐加快和新媒体的融合，在电视台内部成立了网络资源整合小组，对台内所有的网络资源进行相应

的整理，进一步打造中央电视台的网络品牌，提升中央电视台在新媒体中的地位。不仅电视媒体和纸质媒体在不断进行和新媒体的融合，传统广播媒体也在逐渐实现与新媒体的融合。例如，上海广播电视台通过和新浪网的合作，推出了“百视通看点”，这一产品的应用，让人们在观看电视节目的过程中发表自己的看法，对内容进行评论，通过手机遥控即可以实现与节目的互动。由此可以看出，在新媒体环境下，传统媒体实现和新媒体的融合是一种非常重要的途径。[4]

5.2 终端移动化发展

在传播方式上，过去传统媒体只能借助固定终端进行信息传播，受时空限制的影响较大，尤其是在新媒体环境下，固定终端对传统媒体的发展起到了一定的阻碍作用。随着移动终端的发展，在新媒体环境下，传统媒体也要逐渐实现终端移动化发展，让观众利用电子移动设备进行节目的观看，以此吸引更多的受众人群。目前，广播电视网、互联网以及电信网已经实现了“三网融合”，为传统媒体提供了技术支持，当前，各个传统媒体都逐渐推出自己的终端移动 APP。例如，湖南电视台建立了芒果网络电视平台，对于湖南传统电视平台上播出的所有节目，都可以在相应的手机客户端进行播放，而且具有较强的版权性，对于部分内容只能在电视上或者手机客户端进行观看，而其他的新媒体设备则不具备观看权限。苏州广播电视台也借助网络技术，实现了手机客户端的开发，这一 APP 在 Android、iPhone、iPad 等平台上都可以安装，这一 APP 主要为群众提供新闻资讯、公交查询、生活服务等各种功能，广受当地群众的好评。利用终端移动化的发展，可以提升人们对传统媒体的关注度，进而提升传统媒体的效益。随着网络技术的发展，未来将会有越来越多的传统媒体实现终端化发展。

5.3 视频常态化发展

和新媒体相比，传统媒体在传播速度上的优势并不明显。随着各种新媒体方式的出现，人们对于新闻信息的实时性也提出了更高的要求。一般情况下，对于各种新闻事件人们都想在第一时间获得新闻资讯的内容以及最新的发展动态，在这一点，传统媒体还需要有较大的进步空间。而视频直播是一种非常实用的方式，通过视频，电视新闻和受众之间能够实现零距离，充分体现新闻的魅力。近年来的一些重要新闻事件中也逐渐出现了视频直播的形式，传统媒体也将会朝着视频常态化的方向发展。例如，2017 年两会运用视频直播的方式，一度成为了当时的热点话题，人民网和腾讯网推出《两会进行时》这一直播节目，进行每天不间断的播出，从而让群众了解到两会的关键信息，以此吸引更多的观众。直播一直进行到两会结束，这一节目在播出过程中总浏览量高达 1.38 亿。并且，根据此次两会的内容拍摄了相应的短视频，在视频中增加两会中的重要数据，并实现了数据和背景的融合。随着视频技术的发展，传统媒体也将会朝着视频常态化的方向发展。[5]

5.4 制播市场化发展

随着新媒体的发展，传统媒体的市场竞争力在逐渐下降，因此，传统媒体需要不断调整自身的发展，改变过去的管理方式和运营方式，以此推动传统媒体的发展。例如，湖北广播电视台为了充分满足用户的需求、习惯，在内容题材、表达方式等各个方面都做了相应的调整，为用户提供了更多的传播方式，让用户用自己喜欢的方式观看节目。在节目制播上也更多关注群众的意见，积极采纳观众的建议。针对当前社会关注度较高的问题进行针对性的报道。传统媒体在发展的过程中，要充分考虑群众的偏好、不同年龄阶层的人员特点，根据不同群众的需求针对性地开展节目，提升观众的关注度，使传统媒体朝着更好的方向发展。

结语

综上所述，随着社会经济的快速发展，很多行业的发展面临一定的挑战。在新时期的发展中，新媒体行业发展十分迅速，传统媒体发展中遇到很多难题，尽管在新媒体环境下，对传统媒体造成了严重的冲击，但也给传统媒体带来了一定的机遇和挑战。在新媒体环境下，传统媒体行业要充分认识自身的优势与不足，充分利用自身的优势，不断加强和新媒体的融合，在传统媒体问题分析的基础上进行调整与创新，进而实现传统媒体的可持续发展。媒

参考文献

[1] 张往林 . 新媒体环境下传统媒体受到的冲击及应对策略 [J]. 西部广播电视，2018（1）：89，91.

[2] 陆雅君 . 探析新媒体环境下传统媒体的困境及对策 [J]. 传播力研究，2018，v.2；No.024（12）：118.

[3] 邱培刚 . 新媒体环境下传统媒体的创新之路 [J]. 西部广播电视，2018（6）.

[4] 赵东亮 . 浅议新媒体环境下传统媒体的发展现状及对策 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（19）：121.

[5] 张宁 . 新媒体环境下传统媒体未来发展趋势的思考 [J]. 新媒体研究，2017（19）：102-103.

（作者单位：甘肃省金昌广播电视台）